



การสร้างภาพลักษณ์สาธารณะ ของโรตารี

(Building Rotary's Public Image)

ภาพลักษณ์สาธารณะของโรตารีคืออะไร? (What is Rotary's Public Image?)



ภาพลักษณ์สาธารณะของโรตารีมิใช่เป็นเพียงเรื่องที่เราคิดถึงตัวเอง แต่มันคือเรื่องที่คุณคนภายนอกโรตารีคิดเกี่ยวกับพวกเราด้วย

การทำให้ผู้คนมองเห็นชื่อของโรตารีเป็นจุดเริ่มต้น แต่งานของเราต้องการไปไกลมากกว่านั้น การพูดคุยเกี่ยวกับโรตารีในแนวทางที่อธิบายถึงสิ่งที่เราทำ และผลกระทบที่เราทำ เป็นเรื่องสำคัญที่จะส่งเสริมความเข้าใจของผู้คนและเป็นแรงบันดาลใจให้พวกเขาเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง

โรตารีผูกพันผู้นำจากทุกทวีป วัฒนธรรม และอาชีพ เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและปฏิบัติการเพื่อชุมชนทั่วโลก

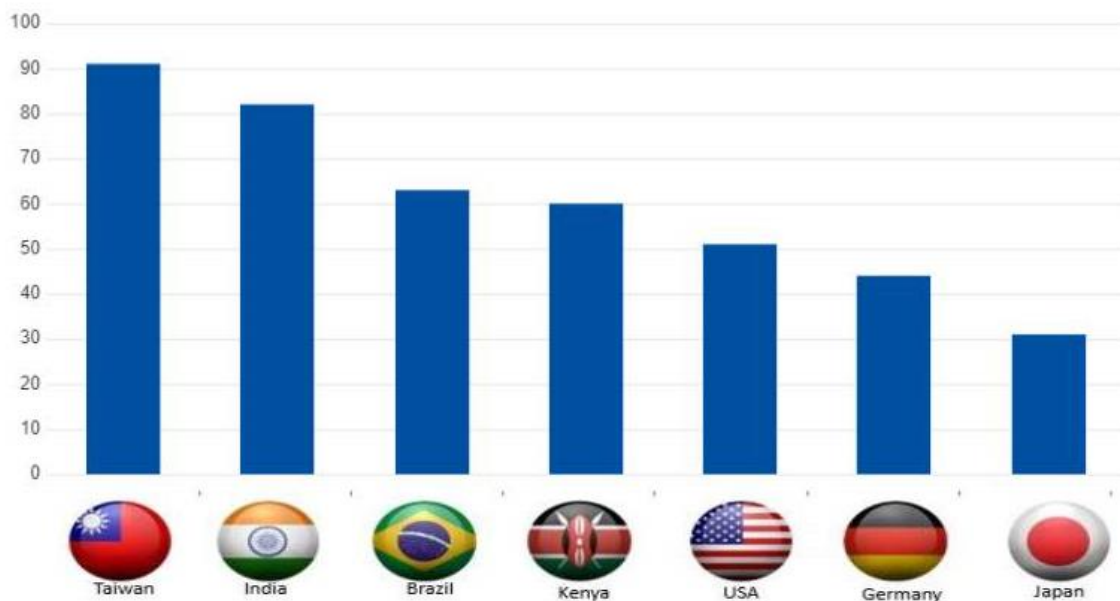


ถ้อยแถลงนั้นอธิบายว่าเรามองโรตารีอย่างไร แต่ผู้คนที่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรตารีมองเราและสโมสรของเราอย่างไร ภาพลักษณ์สาธารณะของเราจึงถูกสร้างขึ้นจากรีวิวที่ผู้คนเคยได้ยินหรือไม่เคยได้ยินเกี่ยวกับโรตารี ซึ่งสามารถนำไปสู่ความเข้าใจผิดได้

ถามว่า “โรตารีคืออะไร?”

การรับรู้เกี่ยวกับโรตารีของผู้คน แตกต่างกันไปอย่างกว้างขวางทั่วโลก งานวิจัยเผยให้เห็นว่าเราสามารถที่จะปรับปรุงพัฒนาการรับรู้แบรนด์ของเราได้

ท่านเคยได้ยินชื่อองค์กรที่เรียกว่าโรตารีหรือไม่?



ที่มา: การสำรวจภาพลักษณ์สาธารณะของโรตารีเมื่อปี ค.ศ. 2018

พวกเราหลาย ๆ คนถูกถามว่า “โรตารีคืออะไร?” แล้วเราก็ตอบแตกต่างกันไปในหลายแนวทาง เช่นเดียวกัน เมื่อเราสอบถามสาธารณชนจากทั่วโลก เราก็ได้รับคำตอบที่หลากหลาย

ท่านคิดถึงอะไรเมื่อได้ยินคำว่าโรตารีหรือสโมสรโรตารี?

โทรทัศน์

เป็นองค์กรไม่หวัง
ผลกำไรที่มีสาขาอยู่ในเมือง
ใหญ่ ๆ ทั่วโลก

การประชุมของ
ประธานบริษัทต่าง ๆ

กลุ่มของผู้คนที่พบปะกัน
รับประทานอาหารกลางวัน
และร้องเพลง

สโมสรนานาชาติที่มี
โปรแกรมการให้ภูมิคุ้มกันโรค

ไม่รู้เลย

เป็นเหมือนสังคมลับ

ที่มา: การสำรวจภาพลักษณ์สาธารณะของโรตารีเมื่อปี ค.ศ. 2018

การทำให้เกิดความประทับใจที่ดี

ภาพลักษณ์สาธารณะของเราถูกสร้างขึ้นจากการที่เราพูดเกี่ยวกับโรตารีอย่างไรและบ่อยเพียงใด หากเราไม่บอกเรื่องราวของโรตารีแก่สาธารณชน ความประทับใจของพวกเขา ก็มักจะเกิดขึ้นจากความจริงเพียงแค่นี้เดียว ซึ่งอาจจะทำลายภาพลักษณ์สาธารณะและทำให้แบรนด์ของเราอ่อนแอลง

คำพูดและการประพฤติปฏิบัติที่ไม่ได้ตั้งใจของเรา อาจจะนำไปสู่ความเข้าใจในโรตารีแบบผิด ๆ ได้หรือไม่ เราคาดว่า การกระทำมากมายสามารถมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์สาธารณะของโรตารีได้อย่างไร

ตอบแบบสอบถามด้านล่างนี้โดยเลือกคำตอบจากข้อ (ก) หรือ (ข)

(ก) ทำภาพลักษณ์สาธารณะ
ของเราให้แข็งแรง

(ข) ทำภาพลักษณ์สาธารณะ
ของเราให้อ่อนแอ

- 1) การโพสต์รูปของสมาชิกที่กำลังทำโครงการบำเพ็ญประโยชน์
- 2) การโพสต์รูปสมาชิกที่กำลังรับประทานอาหารหรือกำลังประชุมจำนวนมาก
- 3) การเชิญชวนเพียงแต่สมาชิกเท่านั้นให้มีส่วนร่วมในงานกิจกรรมชุมชนของสโมสร

- 4) การละเลยไม่อัปเดตเว็บไซต์และโลโก้ของสโมสร
- 5) การโพสต์รูปที่ไม่สะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายของสโมสรและชุมชน
- 6) การจัดให้ผู้ที่เคยร่วมโปรแกรมของโรตารีมีส่วนเกี่ยวข้องในกิจกรรมของสโมสร
- 7) การเป็นหุ้นส่วนร่วมกับองค์กรต่าง ๆ ในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มพูนผลกระทบ
- 8) การทำโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับชุมชน
- 9) การมีสมาชิกสโมสรที่มีความหลากหลาย
- 10) การคิดเอาเองว่าไม่จำเป็นต้องส่งเสริมสโมสรเพราะทุกคนรู้จักโรตารีแล้ว
- 11) การส่งเสริมสมาชิกให้เป็น *คนลงมือทำ (People of Action)*
- 12) การทำโครงการซ้ำ ๆ ทุกปีเพราะสมาชิกชื่นชอบ

คำตอบ

- | | |
|--------|---------|
| 1) (ก) | 7) (ก) |
| 2) (ข) | 8) (ก) |
| 3) (ข) | 9) (ก) |
| 4) (ข) | 10) (ข) |
| 5) (ข) | 11) (ก) |
| 6) (ก) | 12) (ข) |

ประโยชน์ของภาพลักษณ์สาธารณะที่น่าเชื่อถือ (The benefits of a strong public image)



เหตุใดจึงการปรับปรุงภาพลักษณ์สาธารณะ
ของโรตารีจึงมีความสำคัญ?

เป็นเพราะการที่เพียงรู้จักโรตารี มักจะไม่
เพียงพอต่อการจุดประกายความสนใจของ
ผู้คนและเร่งเร้าให้เข้ามีส่วนร่วม

ดูวิดีโอที่เกี่ยวกับความสำคัญของภาพลักษณ์สาธารณะของโรตารีที่ Learning Center (หรือที่
<https://youtu.be/Yb8ZUt18qqA>)



Sharon Tallach Vogelpohl อดีตกรรมการการสื่อสารของโรตารี และประธานคณะกรรมการแบรนด์ของ
โรตารี และเป็นประธานบริษัทแบรนด์ดิ้งและการตลาด Mangan Holcomb Partners

เมื่อผู้คนเข้าใจถึงสิ่งที่สโมสรมุ่งทำเพื่อให้โลกนี้น่าอยู่มากขึ้น พวกเขาจะได้รับแรงกระตุ้นที่จะสนับสนุนความพยายามของท่านและเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้อง การทำภาพลักษณ์สาธารณะของโรตารีให้น่าเชื่อถือในชุมชน จะช่วยให้ท่านสามารถดึงดูดสมาชิก อาสาสมัคร หุ้นส่วนร่วมโครงการและผู้บริจาคได้ ดูรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเข้าถึงกลุ่มคนเหล่านี้



สมาชิกที่คาดหวัง

เมื่อท่านบอกเล่าเรื่องราวว่าสโมสรกำลังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนอย่างไร มันจะเป็นการกระตุ้นความสนใจของสมาชิกที่คาดหวังและทำให้เป็นเรื่องที่ง่ายขึ้นในการจะเข้าถึงเป้าหมายสมาชิกภาพของท่าน



สมาชิกปัจจุบัน

การส่งเสริมผลงานที่ดีที่สุดของสโมสรในสื่อท้องถิ่น และบนสื่อทางสังคมสามารถช่วยทำให้สมาชิกปัจจุบัน “มีส่วนร่วม” การทำให้สมาชิกมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอยู่เสมอจะเป็นการง่ายที่พวกเขาจะมีความภาคภูมิใจในผลสำเร็จของสโมสร



อาสาสมัคร ผู้บริจาคและหุ้นส่วนร่วมโครงการ

ผู้คนในชุมชนมักจะสละเวลาและเงินทองเมื่อพวกเขาเห็นผลกระทบของโครงการสโมสร มันจะเป็นการง่ายขึ้นด้วยที่จะหาหุ้นส่วนร่วมโครงการในท้องถิ่นให้ทำงานร่วมกันเมื่อพวกเขารู้จักและเชื่อมั่นในสโมสรของท่าน

การส่งเสริมภาพลักษณ์สาธารณะของสโมสรยังช่วยให้สโมสรมีความโดดเด่นในโอกาสอื่น ๆ ที่สมาชิกของชุมชนจะบริจาคเงิน เป็นอาสาสมัคร และเข้ามามีส่วนร่วม

ภาพลักษณ์สาธารณะในชุมชนของท่าน (Public image in your community)



ในฐานะสมาชิกโรตารี ท่านเป็นทูตแห่ง
แบรนด์ของเรา เพราะท่านมีประสบการณ์
โดยตรงกับโรตารีจึงอยู่ในสถานะที่ดีที่สุดที่จะ
ยกระดับความตระหนักและความเข้าใจในหมู่
คนที่ไม่รู้จักโรตารี

การปฏิสัมพันธ์ของสโมสรกับชุมชนมีอิทธิพล
อย่างมากเกี่ยวกับการที่ผู้คนคิดถึงโรตารี

เมื่อเกิดเรื่องราวในทางลบที่เผยแพร่ในสื่อ ไม่มีเวลาใด
ที่ดีไปกว่านี้ที่จะแสดงให้เห็นว่าสมาชิกโรตารีเป็น ‘คนลงมือทำ’
(People of Action) บ่งชี้ความท้าทายและปฏิบัติการในชุมชน
ของพวกเขาเองเพื่อทำให้สถานการณ์ดีขึ้น

Kathy Fahy สมาชิกสโมสรโรตารี Iowa Great Lakes (Spirit Lake)
รัฐไอโอวา สหรัฐอเมริกา เคยเป็นผู้ประสานงานภาพลักษณ์สาธารณะของ
ภูมิภาค 35 และเป็นเจ้าของ K Brand Marketing Inc.



ช่วยสโมสรของท่านในการสร้างภาพลักษณ์สาธารณะที่น่าเชื่อถือในชุมชน

- เผยแพร่โครงการและกิจกรรมของท่าน เพื่อให้มีผลต่อความเข้าใจในตัวสโมสร
- แบ่งปันเรื่องราวเกี่ยวกับโครงการของสโมสรที่มีผลกระทบต่อชีวิตของผู้คนในชุมชน
- นำเสนอสโมสรที่มีความตื่นตัวอยู่เสมอและสมาชิกที่เป็น ‘คนลงมือทำ’ (People of Action)

เรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีการที่ทำให้ภาพลักษณ์สาธารณะของสโมสรมีความน่าเชื่อถือ

สื่อทางสังคม



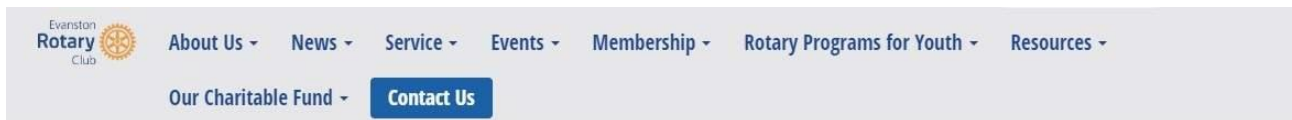
โพสต์รูปภาพที่สะท้อนถึงความหลากหลายของสโมสร แบ่งปันข่าวสารและเรื่องราวเฉพาะตัวเกี่ยวกับโครงการและงานกิจกรรมของสโมสร เชิญชวนผู้ติดตามให้เรียนรู้มากขึ้นเกี่ยวกับกิจกรรมโดยการจัดลิงก์เข้าสู่เว็บไซต์ของสโมสร

งานกิจกรรม



วางแผนกิจกรรมซึ่งเป็นที่สนใจของชุมชน ส่งเสริมให้สาธารณชนมีส่วนร่วมในงานกิจกรรมของท่านเพื่อสร้างความตระหนักและสนับสนุนสโมสร

เว็บไซต์ของสโมสร



THE ROTARY CLUB OF EVANSTON

The Rotary Club of Evanston is an organization of local leaders and volunteers who are working together to improve Evanston and the world through service and giving back to the community. The club has been a gathering place and forum for leadership for nearly 100 years!

SOCIAL MEDIA

STAY CONNECTED!



The Rotary Club of Evanston is available on social media! Like and follow us @EvanstonRotary to stay up to date on our club's activities, news and events.

GET INVOLVED

ต้องทำให้มั่นใจว่าเว็บไซต์ของท่านแสดงข้อมูลที่เป็นปัจจุบันเกี่ยวกับสโมสรและกิจกรรม ถ่ายรูปภาพและวิดีโอที่แสดงให้เห็นว่าสมาชิกสโมสรกำลังทำงานร่วมกัน มีความสนุกสนานและทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีในชุมชน อัปเดตเว็บไซต์บ่อย ๆ

หุ้นส่วนร่วมโครงการ



ทำงานร่วมกับองค์กรในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มพูนทักษะการเป็นที่มองเห็นได้และผลกระทบของท่าน

ทบทวน (Review)

ทบทวนสิ่งที่ท่านได้เรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์สาธารณะของโรตารี ตอบคำถามเพื่อทดสอบความรู้

คำถามที่ 1

สิ่งที่สมาชิกคิดเกี่ยวกับโรตารีทำให้เกิดภาพลักษณ์สาธารณะของเรา

- ใช่
- ไม่ใช่

คำถามที่ 2

เลือกการปฏิบัติทุกข้อที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์สาธารณะในทางบวก

- ก) โพสต์รูปภาพสมาชิกที่กำลังผลิตเพลลิ่งกับอาหารกลางวัน หรือร่วมประชุมประจำสัปดาห์
- ข) ปรับปรุงเว็บไซต์ของสโมสรให้เป็นปัจจุบันเพียงปีละ 1 ครั้ง
- ค) จัดให้กิจกรรมของสโมสรเป็นเรื่องเฉพาะบุคคลสำหรับสมาชิกเท่านั้น
- ง) ทำให้มั่นใจว่าสมาชิกสภาพของสโมสรแสดงถึงความหลากหลายของชุมชน
- จ) ร่วมมือกับหุ้นส่วนในชุมชนในเรื่องโครงการบำเพ็ญประโยชน์

คำถามที่ 3

ภาพลักษณ์สาธารณะในทางบวกสามารถ (เลือกทุกข้อที่ถูกต้อง)

- ก) ดึงดูดสมาชิกอาสาสมัคร หุ้นส่วนและผู้บริจาค
- ข) ทำให้โรตารีโดดเด่นกว่าองค์กรอื่น ๆ
- ค) ให้แรงบันดาลใจแก่สมาชิกปัจจุบัน
- ง) ขยายการเข้าถึงของเรา

คำถามที่ 4

หากสมาชิกในชุมชนรู้จักชื่อโรตารี นั่นก็เพียงพอแล้วที่จะเป็นแรงบันดาลใจให้เข้าร่วม

- ใช่
- ไม่ใช่

คำถามที่ 5

สมาชิกโรตารีอยู่ในสถานภาพดีที่สุดในการทำให้ภาพลักษณ์สาธารณะของเราเข้มแข็งขึ้น

- ใช่
- ไม่ใช่

คำตอบ

คำตอบที่ 1 – ไม่ใช่

ผู้คนอาจจะรู้จักว่ามีสโมสรของท่านตั้งอยู่ แต่ไม่รู้อะไรเกี่ยวกับสโมสรเลย พวกเขาอาจจะมีความคิดซ้ำ ๆ ในทางลบเกี่ยวกับโรตารี ส่วนหนึ่งของการสร้างภาพลักษณ์สาธารณะที่เข้มแข็งคือการแสดงให้เห็นว่าท่านทำให้เกิดผลกระทบ

คำตอบที่ 2 – ข้อ (ง) และ (จ)

ควรแสดงให้เห็นว่าสมาชิกสโมสรเป็นคนลงมือทำ (People of Action) ที่เน้นความสำคัญของชุมชน และจงจำไว้ว่าสาธารณชนมักจะรู้สึกว่าคุณมีพื้นที่ที่สโมสร หาก เห็นว่ามีคนที่เหมือนกับตนในสโมสร

คำตอบที่ 3 – ถูกทุกข้อ

ภาพลักษณ์สาธารณะในทางบวกจะทำให้โรตารีเข้มแข็งในทุก ๆ แนวทาง

คำตอบที่ 4 – ไม่ใช่

ผู้คนจะต้องรู้ว่าเราเป็นใคร และเราทำอะไร เพื่อที่จะทำให้เกิดความต้องการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับสโมสร

คำตอบที่ 5 – ใช่

การมีปฏิสัมพันธ์ของสโมสรกับชุมชนจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการที่ผู้คนคิดถึงเกี่ยวกับโรตารี ต้องทำให้มั่นใจว่าประสบการณ์เหล่านั้นเป็นไปในทางบวกและมีความเกี่ยวข้อง

บทที่ 5

ทรัพยากร (Resources)

เป็นงานของทุกคนที่จะส่งเสริมภาพลักษณ์สาธารณะของโรตารี ทรัพยากรเหล่านี้จะช่วยท่านได้

Brand Center

ค้นหาโลโก้ รูปภาพ โฆษณา แนวทางของแบรนด์ และอื่น ๆ อีกมาก

<https://brandcenter.rotary.org/en-GB>

Messaging Guide

เรียนรู้วิธีการพูดเกี่ยวกับโรตารีในแนวทางที่ชัดเจน จับใจ และเป็นแนวทางเดียวกัน

<https://brandcenter.rotary.org/en-GB>

เมื่อคิดถึงภาพลักษณ์สาธารณะของโรตารี จงจำไว้ว่าพวกเราคือ 'คนลงมือทำ'

ดูวิดีโอที่ Learning Center (หรือที่ <https://youtu.be/HX8KnM5eRsg>) เพื่อเรียนรู้ให้มากขึ้น

